

## 第三章 研究設計與實施

### 第一節 研究架構

根據研究目的，本研究的研究架構如圖 3-1，架構之初先對液晶電視產業做分析，並對這個產業的廠商及產品特性做初步的調查，以期能夠了解全球廠商分佈，並了解台灣在這各產業所處的地位；其次，再了解全球市場成長情況，以期能掌握這個產業演進的歷史情形，並預測產業未來的發展方向；再來分別對台、日、韓、中的各項指標（品牌知名度、產品創新力、面板供應能力、技術能力、生產組裝能力、產品價格競爭力、全球行銷能力、國內市場規模）及消費者需求做分析；最後則要探討液晶電視廠商未來的市場機會，了解競爭策略的發展方向。



### 第二節、研究範圍與限制

#### 壹、研究範圍

本研究探討之範圍界定如下：

- 一、就國家而言，以台灣、日本、韓國和中國做為分析的對象。
- 二、就台灣產業領域而言，本研究從 IT 廠，傳統家電廠及代工廠各選出一家廠商做為其代表的對象，分別為明基、歌林及廣達。
- 三、本研究所蒐集的相關資料，大約是在 2004 年初至 2007 年初。

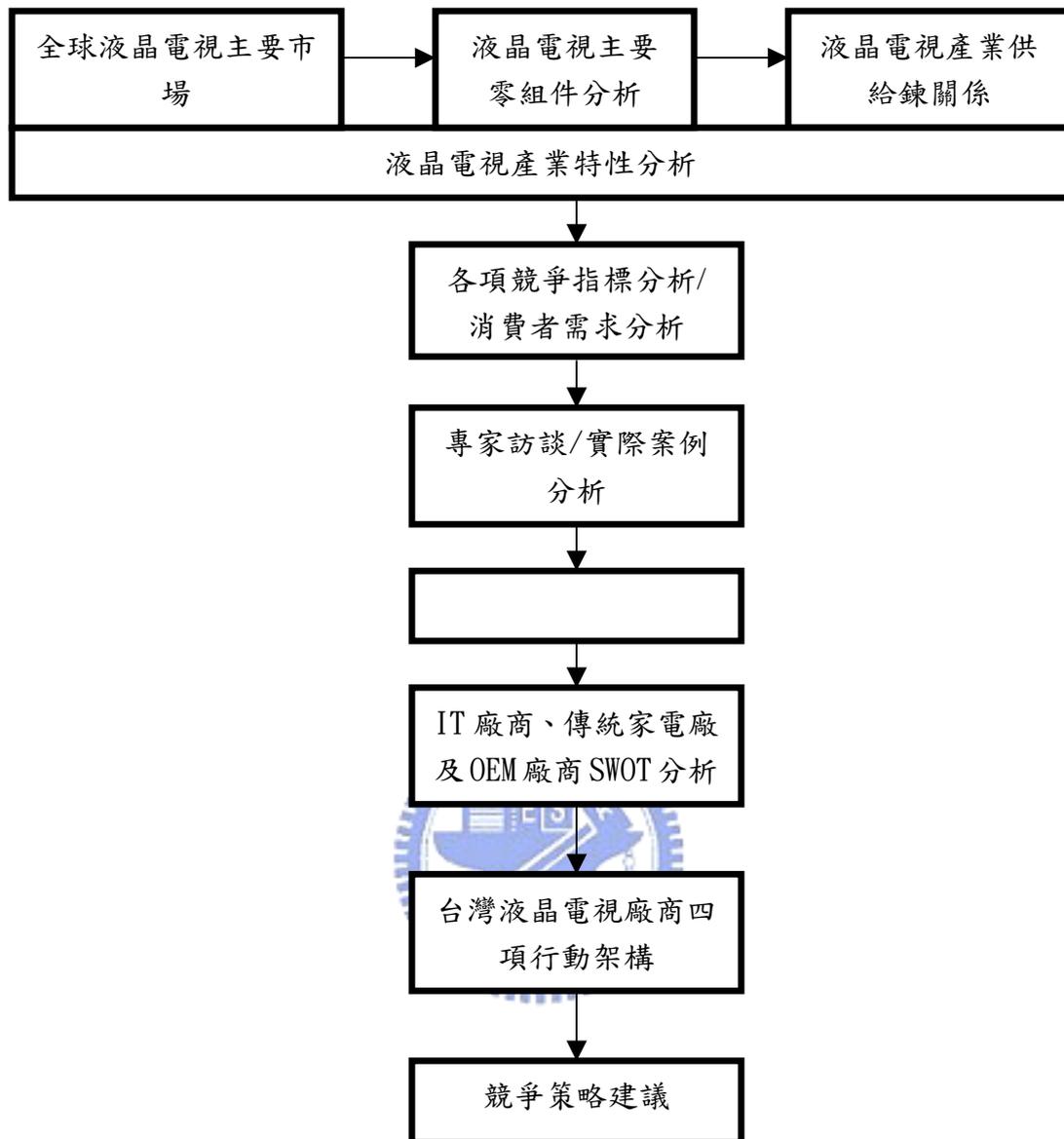


圖 3-1 研究架構

## 貳、研究限制

本研究所探討的限制如下：

- 一、本研究中的研究資料「數位電視消費需求分析」，此份研究資料是由資策會所調查，而研究的對象是以台灣地區的人民為主，並不能一定反映出世界各地人民的需求也是如此。

- 二、在液晶電視關鍵零組件的部分，本研究只將液晶面板的因素考慮進來，因為其他零組件對整體競爭能力並不會有太多的影響
- 三、本研究所蒐集的相關數據，以 2007 年 2 月為截止點。
- 四、液晶電視產業，涉及範圍、對象廣泛複雜。研究者限於時間、精力與能力，無法巨細靡遺全盤探討，僅能選其中較為重要的策略加以研究。

### 第三節 研究方法

- 一、文獻探討：蒐集國內外有關的學術論文、相關的期刊評論、產業報告等、以及與該領域有關的檔案紀錄。
- 一、報章雜誌與媒體的垃圾彙集法：依各報章雜誌相關主題中，常出現的關鍵字眼或詞彙蒐集而成為重要因素群，即垃圾資訊彙集法。
- 二、相關數據：相關研究機構所整理出來的資料，主要以拓僕產業研究所、MIC及Displayresearch。
- 三、案例分析：相關成功或特殊案例分析。
- 五、業界專家訪談：拜訪產業發展過程中直接經營或間接觀察的專家，請教她們液晶電視產業將來所需要的面對的挑戰。